

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator dalam menentukan keberhasilan suatu negara yang ditinjau dari bertambahnya produksi barang industri, berkembangnya infrastruktur, serta bertambahnya produksi barang modal dan bertambahnya sektor jasa. Untuk mendukung perekonomian Indonesia, sektor Usaha Kecil Menengah menjadi salah satu faktor pendukung. Dilihat dari peranan Usaha Kecil Menengah menurut Hapsari *et al.* (2014) bahwa “Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia Usaha Kecil Menengah selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan Usaha Kecil Menengah.

Dinas Koperasi dan UKM kota Lamongan menjelaskan bahwa perkembangan pengrajin wingko Babat di Kabupaten Lamongan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2019 ini fluktuatif tetapi cenderung mengalami peningkatan. Kondisi ini menyebabkan tingkat persaingan semakin ketat sehingga dapat berakibat turunnya tingkat penjualan wingko Babat bagi pengrajin yang tidak mampu bersaing. Hal ini bisa dipengaruhi oleh minat dari wisatawan domestik maupun wisatawan asing yang berkunjung ke Kabupaten Lamongan dan kembali ke daerah masing-masing dengan membawa oleh-oleh khas seperti wingko Babat ini sendiri. Berbagai inovasi produk wingko Babat sudah dilakukan untuk memberikan pilihan sesuai selera konsumen (Dinas Koperasi dan UKM Lamongan, 2017).

Merek menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam membeli suatu produk. Hal ini dikarenakan konsumen percaya bahwa semakin terkenal merek suatu produk maka menandakan bahwa kualitas tersebut bagus. Merek dapat menjadi jaminan kualitas bagus konsumen, karena semakin tinggi citra merek maka tingkat kepercayaan produk tersebut terhadap konsumen semakin tinggi juga. Perusahaan yang memiliki citra merek yang tinggi maka memiliki reputasi yang baik di hati konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen akan percaya terhadap merek yang akan dipilihnya sehingga konsumen menganggap bahwa merek tersebut sebagai bagian dari dirinya. Maka dari itu perusahaan akan mudah untuk membentuk konsumen yang loyal terhadap produknya (Nur Farida, 2014).

Selain citra merek, kualitas juga sangat penting untuk meyakinkan konsumen akan produk yang akan dihasilkan. Terjaminnya rasa, kehalalan, kebersihan suatu produk juga akan membuat konsumen semakin percaya akan produk tersebut. Produk yang memiliki citra merek dan kualitas bagus dan positif cenderung lebih mudah diingat oleh konsumen sementara merek lain tidak akan dipertimbangkan sama sekali. Saat ini produk yang berada dipasaran mengalami banyak sekali perkembangan sehingga menimbulkan jumlah produk semakin bertambah. Perusahaan harus berinovasi untuk bisa meningkatkan nilai jual dan diharapkan bisa membentuk suatu citra yang baik bagi produk produknya.

Loyalitas konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup dari suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan harus bisa menjalin hubungan yang baik dengan konsumen agar konsumen bisa menjadi loyal terhadap citra merek perusahaan. Loyalitas merek merupakan suatu kondisi dimana konsumen

memiliki sikap yang positif terhadap merek dan memiliki kecenderungan untuk meneruskan pembeliannya di waktu yang akan datang (Kurniawati, 2014).

Wingko adalah salah satu kue nusantara yang dikenal sebagai oleh-oleh khas kecamatan Babat. UKM wingko banyak berdiri di kecamatan Babat maupun di Kabupaten Lamongan. UKM wingko di Kabupaten Lamongan berlomba-lomba untuk memberikan mulai dari rasa, pelayanan, kualitas, kemasan serta kebersihan. Sampai saat ini bahan-bahan yang digunakan untuk pembuatan wingko masih sama yaitu terbuat dari bahan kelapa, beras ketan, gula dan bahan-bahan lainnya sehingga rasa pada wingko masih terjaga dengan baik.

Salah satu merek wingko babat yang cukup terkenal di Kabupaten Lamongan yaitu merek “Wingko Arjuno” ini merupakan salah satu perusahaan yang sudah lama berdiri yaitu sejak tahun 1998 hingga sekarang. Wingko Arjuno sampai saat ini masih tetap berdiri ditengah persaingan yang ada. Wingko Arjuno milik ibu Hj. Rom ini lokasinya berada di Gang. Arjuno Demangan, Kelurahan Sidoharjo, Kecamatan Lamongan. Awal mulanya wingko Arjuno hanya sebuah toko yang sederhana tetapi seiring berjalannya waktu wingko Arjuno semakin ramai pengunjung akhirnya sekarang mempunyai kedai yang cukup besar. Merek Wingko Arjuno sendiri diambil dari nama sebuah gang yaitu “Arjuno”. Wingko Arjuno ini berbeda dari Wingko yang lain karena ada berbagai jenis ukuran Wingko mulai dari kecil hingga ukuran jumbo. Berdasarkan latar belakang diatas maka perlu dilakukan penelitian mengenai Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Wingko Arjuno karena semakin banyaknya persaingan antar pengusaha wingko yang terletak di Lamongan.

Penelitian tentang Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen sudah banyak diteliti misalnya tentang produk makanan (palevi *et*

al. 2018, syoalehat *et al.* 2016, Harahap & rotinsulu, 2014). *Brand image*, dan *brand trust* terhadap *brand loyalty* (Susilowati & Wufron, 2017; Anwar *et al.* 2011; Sari, 2012) dengan hasil *brand image* dapat berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* melalui *brand trust*. Ada hal yang sangat penting dalam loyalitas konsumen yang belum diteliti yaitu skor mengenai variabel kepuasan konsumen dengan indikator nilai lebih produk, dan variabel citra merek dengan indikator ciri khas produk dalam penelitian di Wingko Arjuno Lamongan. Oleh karena itu dilakukan penelitian tentang “**Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Wingko Arjuno**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh dari citra merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen wingko Arjuno.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen wingko Arjuno.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan menjadi bahan informasi dan acuan dalam sistem penjualan dan meningkatkan loyalitas dan kepuasan konsumen terhadap citra merek dan kualitas produk wingko Arjuno di Kota Lamongan.
2. Bagi peneliti lain, penelitian ini diharapkan bisa membantu dan berguna sebagai bahan referensi.

